

## บทที่ 1

### บทนำ

การสื่อสารเป็นส่วนหนึ่งของมนุษย์เราทุกคน เพราะมนุษย์ไม่สามารถอยู่ได้เพียงโดดเดี่ยวเดียวตายในโลกนี้ แต่อยู่ด้วยกันเป็นกลุ่ม หมู่ มนุษย์เป็นสัตว์สังคม จึงต้องมีการติดต่อ ปฏิสัมพันธ์ พบปะสังสรรค์กันอยู่เป็นประจำ รูปแบบของการสื่อสารอาจจะจะเป็นแบบบุคคลต่อบุคคล หรือสลับซับซ้อนขึ้นไปอีก เช่น บุคคลกับองค์กร หรือ ระหว่างหน่วยงานต่างๆ ทั้งนี้เพราะสังคมได้มีการพัฒนา มีการเจริญเติบโตมากขึ้น ทั้งในด้านเทคโนโลยี ประชากร จึงทำให้ความสำคัญของการติดต่อสื่อสารนั้นมากขึ้นไปด้วย ในแง่ของทั้งด้านคุณภาพ และ ปริมาณ

ปัจจุบัน การลงทุนของธุรกิจการค้าต่างๆ ในประเทศไทย โดยเฉพาะในภาคอุตสาหกรรมนั้น มีการขยายตัวอย่างกว้างขวาง ส่งผลให้องค์กร ธุรกิจเหล่านี้ ต้องมีการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพื่อที่จะดำรงตนให้จัดอยู่ในกระแสความเคลื่อนไหวของสังคมได้อย่างสอดคล้องและเกื้อกูลกัน ทำให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองและส่วนรวมได้มากที่สุด การดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่ต้องใช้ข้อมูลข่าวสารมากมาย และการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารเหล่านี้จะเป็นไปได้ก็ต่อเมื่อมีการติดต่อสื่อสารที่ดี เนื่องจากธุรกิจการค้าต่างๆ มีความหลากหลายและเกิดขึ้นมามากมาย การที่ธุรกิจ หนึ่งจะดำรงตนให้อยู่ในสายตาและความสนใจของประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายได้ดีนั้น วิธีการที่จะเข้าไปช่วยเสริมความมีประสิทธิภาพของการติดต่อสื่อสารที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ธุรกิจเหล่านี้ไม่ควรจะมองข้ามก็คือการทำการประชาสัมพันธ์

เนื่องจากความก้าวหน้า ความทันสมัยในเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่มีผลออกมาเรื่อยๆ ธุรกิจต่างๆ สามารถนำเสนอข้อมูล ข่าวสารของตนได้หลายวิธี และหากธุรกิจนั้นๆ สามารถสื่อข้อมูลที่ตนต้องการให้มีออกไปในลักษณะที่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายพอใจ เกิดการยอมรับและรับรู้ได้ ธุรกิจนั้นก็ถือว่ามีความสำเร็จในการดำเนินงาน เข้าไปตั้งครึ่งแล้ว ดังนั้นการประชาสัมพันธ์สำหรับธุรกิจในปัจจุบันถือว่าเป็นสิ่งที่ควรจะทำเป็นอย่างควบคู่กันกับงานบริหาร

ธุรกิจในปัจจุบัน ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของสังคมไปแล้ว เพราะเราจะเห็นได้ว่าในทุกมุมระแวงของสังคมมนุษย์เราทุกวันนี้ มีการประกอบการทางธุรกิจอย่างแพร่หลาย และอาจจะกล่าวได้ว่า ยิ่งสังคมมีความเจริญมากขึ้นเท่าไร ธุรกิจก็มีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้เพราะธุรกิจทั้งหลายขึ้นอยู่กับพื้นฐานของการดำเนินงานที่จะผลิตสิ่งต่างๆ ออกมา เพื่อนำมาบำบัดหรือสนองความต้องการของมนุษย์ ดังนั้น ธุรกิจจึงต้องให้ความสำคัญต่อประชาชน กลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นพนักงาน ลูกค้า หรือ ประชาชนทั่วไป ดังเช่น ธุรกิจน้ำมัน เป็นต้น เนื่องจากพลังงานน้ำมันเป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีความสำคัญยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวม การประกอบกิจกรรมทั้งทางเกษตร อุตสาหกรรม และการขนส่งในปัจจุบันต้อง

อาศัยน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นหลัก ทั้งยังรวมไปถึงเสถียรภาพที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดระหว่างระดับราคาสินค้าภาวะการครองชีพ อัตราดอกเบี้ยภายในประเทศ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ตลอดจนภาวะการขาดดุลการค้าอีกด้วย ดังนั้น ประเทศไทยจำเป็นต้องมีการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และสามารถพึ่งตนเองได้ในยามที่เกิดภาวะขาดแคลน ขณะเดียวกันก็ลดการพึ่งพาน้ำมันสำเร็จรูปจากต่างประเทศ ซึ่งช่วยให้สามารถประหยัดเงินตราต่างประเทศได้เป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ น้ำมันยังถือเป็นยุทธปัจจัยสำคัญในด้านความมั่นคงของประเทศและเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีในระดับสูง การมีโรงกลั่นน้ำมันภายในประเทศจะช่วยให้คนไทยมีโอกาสเรียนรู้ และสามารถประกอบกิจการแข่งขันได้อย่างทัดเทียมกับอารยประเทศ ดังนั้น จึงเห็นได้ว่า การดำเนินงานในธุรกิจแห่งนี้มีความสำคัญอย่างมาก เพราะผลกระทบนั้นมีอยู่หลายด้าน ผู้ประกอบการจึงควรที่จะทำการประชาสัมพันธ์กับประชาชนกลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อแสดงให้เห็นถึงจุดยืนของคนในการดำเนินงาน

#### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความสามารถ ตลอดจนทักษะในการปฏิบัติงานนอกเหนือไปจากการศึกษาในภาคทฤษฎี
- 2) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะการจัดองค์กร และการดำเนินงานของฝ่ายกิจการสัมพันธ์ ในเรื่องของงานประชาสัมพันธ์ บริษัท ไทยออยล์ จำกัด
- 3) เพื่อให้ทราบขั้นตอนและปัญหาในการปฏิบัติงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท ไทยออยล์ จำกัด โดยเน้นเรื่องบทบาทของไทยออยล์ที่มีต่อ เรื่องของสภาพแวดล้อม

#### ขอบเขตของการศึกษา

บริษัท ไทยออยล์ จำกัด เป็นบริษัทที่ดำเนินการทางด้านธุรกิจน้ำมัน และมีโรงกลั่นน้ำมันของตัวเองภายในประเทศไทย ตั้งอยู่ที่ กม. ที่ 124<sup>1</sup>/<sub>2</sub> ถนนสุขุมวิท อ่าวอุดม ศรีราชา ชลบุรี 20230 และเพราะน้ำมันเป็นปัจจัยสำคัญในการประกอบการหลายๆ อย่างของธุรกิจต่างๆ และมีผลกระทบต่อประชาชนส่วนใหญ่ การทำการประชาสัมพันธ์ของบริษัทจึงน่าที่จะเข้ามามีความสำคัญต่อความเป็นไปทั้งภายในและภายนอกของบริษัท วิทยานิพนธ์ชิ้นนี้ ผู้เขียนได้วางขอบเขตการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ในส่วนแรก จะเป็นการศึกษาอย่างกว้างๆ แต่จะเป็นการปูพื้นฐานให้ได้ทราบถึงลักษณะและการดำเนินงานของฝ่ายกิจการสัมพันธ์ของบริษัท ในขณะที่ส่วนที่ 2 ผู้เขียนจะเน้นเข้าไปถึงเรื่องของงานประชาสัมพันธ์

ของบริษัทฯ รับผิดชอบถึงบทบาทของไทยออยล์ที่มีต่อ เรื่องของสภาพแวดล้อม ในฐานะที่บริษัทฯ ทำธุรกิจ น้ำมัน และดำเนินกิจการทางด้านโรงกลั่นน้ำมันซึ่งได้มีการขยายและก่อสร้างโรงกลั่นเพิ่มเติมขึ้นอยู่เรื่อยๆ ดังนั้น การปฏิบัติงานของบริษัทฯ ย่อมต้องส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมอย่างแน่นอน บริษัทฯ ณ จุดนี้ จึงควรจะมีบทบาทของตนที่แน่นอน เพื่อประโยชน์ของบริษัทฯ เอง ทั้งในแง่ของภาพพจน์และการดำเนินงานที่ดี และเพื่อเป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมด้วย

### วิธีการศึกษา

- 1) ศึกษาจากทฤษฎีที่ได้เรียน
- 2) ศึกษาจากประสบการณ์ในการฝึกงานที่ บริษัท ไทยออยล์ จำกัด
- 3) ศึกษาจากบุคคลภายในหน่วยงานดังกล่าว
- 4) ศึกษารายงานสัมมนาบุคคลที่เกี่ยวข้องของหน่วยงาน
- 5) ศึกษาเอกสาร รายงานต่างๆ ของบริษัทฯ
- 6) ค้นคว้าตำราและเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การประชาสัมพันธ์ และ การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานธุรกิจน้ำมัน
- 7) การนำข้อมูลที่ได้มารวบรวม วิเคราะห์ และเรียบเรียงเป็นสารนิพนธ์ในที่สุด

### สถานที่และระยะเวลาการศึกษา

ฝึกปฏิบัติงานที่ฝ่ายกิจการสัมพันธ์ บริษัท ไทยออยล์ จำกัด ชั้น 20 อาคารไทยทาวเวอร์ 21 ถนนสาธิตใต้ ย่านนาวา กรุงเทพฯ 10120 ตั้งแต่วันที่ 15 ตุลาคม - 29 พฤศจิกายน พ.ศ. 2534

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ทำให้ทราบแนวนโยบายในการประชาสัมพันธ์ของบริษัทฯ
- 2) ทำให้ทราบและเข้าใจวิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของบริษัทฯ ศึกษามองจากบทบาทที่มีต่อเรื่อง ของสภาพแวดล้อม
- 3) สามารถนำความรู้ในทางทฤษฎี มาปรับใช้กับสภาพความเป็นจริงในการทำงาน
- 4) เป็นการสร้างเสริมทักษะ ความสามารถ และ ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ของ

หน่วยงานธุรกิจน้ำมัน

- 5) ได้เรียนรู้ในการปรับตัว และวิธีสร้างมนุษยสัมพันธ์ เพื่อการทำงานร่วมกับผู้อื่นอย่างมีประสิทธิภาพ
- 6) เป็นแนวทางสำหรับผู้ที่สนใจจะศึกษางานในด้านการศึกษาสัมพันธ์ของหน่วยงานธุรกิจน้ำมัน



สำนักหอสมุด